

Joonas Vilmi

RAYA DIVERS
PEREHDYTYSKANSIO UUSILLE TYÖNTEKIJÖILLE

Matkailun koulutusohjelma
2017

RAYA DIVERS – PEREHDYTYSKANSIO UUSILLE TYÖNTEKIJÖILLE

Vilmi, Joonas
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Joulukuu 2017
Sivumäärä: 28
Liitteitä: 2

Asiasanat: perehdyttäminen, asiakaskohtaaminen, työntekijä

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena oli tuottaa perehdytyskansio sukelluskeskus Raya Diversin uusille työntekijöille, joka sijaitsee Thaimaassa. Kansion tarkoituksena oli helpottaa uusien työntekijöiden perehdyttämistä, sekä sopeutumista uuteen työympäristöön, sekä auttaa työntekijöitä toimimaan asiakaskohtaamistilanteissa. Se auttaa uusia työntekijöitä itsenäiseen työskentelyyn. Kansio toimii myös hyvänä ohjenuorana koko henkilökunnalle. Perehdytyskansioista oli tarkoitus tehdä lyhyt ja ytimekäs, mutta silti sisältäen kaiken oleellisen. Raya Diversin henkilökunnalle osoitettiin kysely, jonka avulla kansioon saatiin asioita, joita nykyinen-, sekä uusihenkilökunta näki tarpeelliseksi painottaa perehdytyksessä. Kansio toimitettiin Raya Diversille sähköisessä muodossa, joten kansiota on näin ollen helppo päivittää tarvittaessa tulvaisuudessa.

Raya Divers on Suomalainen sukelluskeskusyrittäjä, joka toimii Thaimaassa viidessä eri kohteessa, joita ovat Phuket, Krabi, Khao Lak, Koh Lanta ja Raya Yai. Kansio on pääsääntöisesti tehty juuri Phuketin sukelluskeskusta ajatellen. Yritys sai alkunsa vuonna 2000 Raya Yain saarelta, jonne ensimmäinen sukelluskeskus avattiin.

Opinnäytetyö oli toiminnallinen ja se perustui Raya Diversille toimeksiantona toteutetusta perehdytyskansioista sekä opinnäytetyöraportista. Perehdytyskansio sisältää yleistietoa Thaimaasta mm. sen eläimistä, vesistöistä, kulttuurista ja tavoista, uskonnoista yms. Kansiossa on myös tietoa Raya Diversista ja sen historiasta, organisatiosta, palveluista, toimipisteistä, toimenkuvista, myynnistä ja markkinoinnista, henkilökunnan menettelytavoista ja yleistä tarpeellista tietoa uusille tulokkaille, jotka ensimmäistä kertaa saapuvat Thaimaahan.

Teoreettisessa osuudessa käsiteltiin perehdytystä ja asiakaskohtaamista. Siinä syvennettiin perehdytyksen tärkeyteen, niiden eri malleihin, mitä perehdytys sisältää sekä miksi perehdytys on tärkeä osa työnteon aloittamista. Kappaleessa asiakaskohtaaminen, syvennettiin sen laadun tärkeyteen, asiakasymmärrykseen, kuinka toimia asiakaspalvelutilanteissa sekä millaista on hyvä asiakaskohtaaminen.

ORIENTATION GUIDEBOOK FOR RAYA DIVERS NEW STAFF

Vilmi, Joonas
Satakunta University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism
December 2017
Number of pages: 28
Appendices: 2

Keywords: work orientation, customer encounter, employee

The purpose of this functional thesis was to produce an orientation guide for diving center Raya Divers in Thailand, Phuket. The orientation guide is meant to mitigate new employee's orientation and adaptation to new working environment. It helps new employees to work independently. Orientation guide also serves as good guideline for the whole staff. Orientation guide was meant to be short and succinct but still including everything relevant information. By arranging an inquiry to the staff, I could include everything important information to the orientation guide, that current and new staff saw essential to emphasize in orientation. Orientation guide was delivered to Raya Divers in electric form, so it can be updated easily in future if necessary.

Raya Divers is Finnish diving center that operates in Thailand in five different locations that are Phuket, Krabi, Khao Lak, Koh Lanta and Raya Yai. Orientation guide is mainly tailored for diving center in Phuket. Raya divers was established in 2000, when first diving center was formed in Raya Yai island.

This thesis is functional and it is based on Raya Divers assignment to make orientation guide for new employees. Orientation guide contains general information about Thailand including its common animals, seas, cultures and habits, religions etc. Guide also contains information about Raya Divers and its history, organization, services, where they operate, staff job descriptions, sales and marketing, staff procedures and common important information for newcomers, who first time arrive to Thailand.

Theoretical part elaborates work orientation and customer encounter. In work orientation article this thesis delves into its importance, in different work orientation models, what orientation keeps in inside and why orientation is so important part at the start of new job. In article, customer encounter delves into its importance of quality, customer understanding, how to function in customer service situations and what is good customer service and customer encounter.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUKSEN TAVOITE JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ.....	6
3	RAYA DIVERS	7
4	PEREHDYTYS	8
4.1	Perehdytyksellä huipulle	9
4.2	Perehdytyksen sisältö	11
4.3	Perehdyttämismenetelmiä	12
4.3.1	Vierihoidtoperehdyttäminen	12
4.3.2	Malliperehdyttäminen	13
4.3.3	Laatuperehdyttäminen	14
4.3.4	Räätälöity perehdyttäminen	15
4.3.5	Dialoginen perehdyttäminen	16
4.4	Loppukeskustelu	17
5	ASIAKASKOHTAAMINEN.....	17
5.1	Laatu on tärkeää asiakassuhteen kannalta.....	19
5.2	Asiakas ymmärrys.....	19
5.3	Asiakas palvelutilanteessa	21
5.4	Millaista on hyvä asiakaskohtaaminen?.....	22
6	TUTKIMUSMENELTELMÄT	23
6.1	Toiminnallinen opinnäytetyö	23
6.2	Haastattelu.....	24
7	TYÖN TULOSTEN LUOTETTAVUUDEN TARKASTELU	25
8	TULOKSET	27
9	POHDINTA.....	29
	LÄHTEET.....	31

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena on tehdä Raya Diversille perehdytyskansio uusille työntekijöille. Raya Divers on vesiaktiviteetteihin erikoistunut suomalainen lomapalveluketju, jolla on viisi toimipistettä ympäri Etelä-Thaimaan suosittuja kohteita. Teoreettinen viitekehys oli perehdyttämisen lisäksi asiakaskohtaaminen. Perehdytyskansiota lukemalla ennen työsuhteen alkua, voidaan varmistaa, että henkilöstö osaa ja tietää pääpiirteittäin tärkeimmät asiat yrityksestä, työstä ja työympäristöstä. Prosessit tuovat myös selkeyttä työntekoon. Selkeys on tärkeää työnteossa, varsinkin uudella työpaikalla. Tämä pitää henkilöstön motivoituneena ja tuottaa itseluottamusta haastavimmissakin tilanteissa. (Valvisto 2005, 49.) Yritykselle tärkeäintä on tietenkin asiakkaiden tyytyväisyys. Halutaan tarjota parasta mahdollista palvelua ja elämyksiä. Raya Diversilla on monia kilpailijoita ja haastajia, joten yritys tahtoo erottua muista paremmalla palvelulla ja hyvillä tuotteilla. Maksavat asiakkaat tahtovat elämyksiä, hyvää palvelua, eivätkä he tahdo minkään epäonnistuvan lomamatkallaan.

Perehdytyskansio on tärkeä Raya Diversille henkilöstöhallinnan saralla, sillä heidän henkilöstöllä on suuri vaihtelevuus ja uusia työntekijöitä saapuu ympärivuoden. (Mäkinen henkilökohtainen tiedonanto 30.6.2016.) Kansion avulla Raya Divers pystyy perehdyttämään henkilöstöään työhön jo ennen heidän saapumistaan. Uusi henkilöstö tuntee itsensä itsevarmemmaksi ja rennommaksi uusissa työtilanteissa sekä asiakaskohtaamisissa, kun heillä on jo yleistietoa työympäristöstä sekä työnkuvasta. (Mäkinen henkilökohtainen tiedonanto 30.6.2016.)

Tarkoituksena on, että tulevalla henkilökunnalla on tietoa jo valmiiksi Thaimaan oikeanlaisesta asiakaskohtaamisesta, luonnosta, merestä, eläimistä, kulttuurista, poliittisesta tilanteesta, sukellusvarusteista, säästä, työnkuvasta ja muusta yleisestä tärkeästä tiedosta, joihin törmätään joka päivä niin työssä, kuin myös vapaa-ajalla.

Olen suorittanut viiden kuukauden työharjoitteluni Raya Diversilla, josta oli paljon hyötyä kirjoittaessani opinnäytetyötäni.

2 TUTKIMUKSEN TAVOITE JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ

Tutkimuksen tavoitteena oli saada Raya Diversille helposti saatavilla oleva perusinformaatio uusille työntekijöille, jonka avulla toivotaan saavuttaa parempi, nopeampi ja helpompi perehdytys uusille työntekijöille. Myös vanhat työntekijät voivat nopeasti lukea olennaiset informaatiot kansioista. Kansion avulla saadaan parannettua palvelun laatua ja nopeutettua työntekijöiden oppimisprosessia uudessa työpaikassa. Raya Diversin työntekijät ovat päivittäin tekemisissä asiakkaiden kanssa toimistolla ja retkillä, joten henkilökunta on kuin näyteikkuna yritykselle. Raya Divers haluaa toimittaa parasta palvelua ja parhaat tuotteet, hyvä perehdytys on näiden vaatimusten perusta. (Mäkinen henkilökohtainen tiedonanto 30.6.2016.) Hyvän palvelun seurauksena asiakkaat mahdollisesti käyttävät myös tulevaisuudessa Raya Diversin palveluita ja voivat kirjoittaa positiivisia arvosteluja.

Perehdytyskansio tulee olemaan luettavissa internetselaimen kautta. Kansiossa tulee olemaan pääotsikoita, joiden takaa löytyy lisää alaotsikoita. Sivusta ei ole tarkoitus tehdä kovin pitkiä, vaan tiivistää kaikki tärkeä helposti luettavaksi tekstiksi, sisältäen silti kaiken tärkeän ja oleellisen. Sisältö kansiolle määräytyi heti alkuvaiheessa, käydessäni keskustelua Jani Mäkinen kanssa, joka on Raya Diversin yksi perustajajäsenistä. Mäkinen mielestä on tärkeää tiedeostaa, minne on tulossa ja mitä kohdemaapitää sisällään. Tästä syystä kansiossa on tietoa muun muassa Thaimaasta, sen luonnosta, yleisimmistä uskonnoista yms. Omasta kokemuksestani voin sanoa, että asiakkaat kyselevät usein esimerkiksi mikä on henkientalo, joka löytyy melkeinpä jokaisen thaimaalaisen pihalta. Kansio tulee sisältämään yleisimmät seikat Thaimaassa asumisesta sekä työskentelystä. Myös vastaukset asiakkaiden yleisimpiin kysymyksiin ovat löydettävissä kansioista.

Tarkoituksena on tehdä myös monivalintakoe saapuvalle henkilökunnalle, jonka jokainen suorittaa perehdytyksen päätteeksi. Kokeen tarkoituksena on varmistaa, että henkilökunta on sisäistänyt perehdytysaineiston. Koetta ei ole tarkoitus tehdä vaikeaksi ja haastavaksi. Koe tulee sisältämään noin 20 monivalintakysymystä.

Oman oppimiseni ja kehittymiseni kannalta opinnäytetyö tuo kokemusta matkailupalveluyrityksen perehdytyksestä, tarpeista, kilpailutuksesta yms., josta tulee olemaan hyötyä minulle tulevaisuudessa alalle työllistyttyäni. Opinnäytetyö tulee syventämään oppimistani matkailupalveluyrityksessä työskentelyssä, sillä tein työharjoitteluni samalla kyseisessä yrityksessä.

Tutkimustehtäväni oli luoda perehdytyskansio Raya Diversin uudelle henkilökunnalle. Tarkoituksena oli selvittää mikä on perehdytyksen tarkoitus, millaista on hyvä perehdyttäminen, miten perehdytys tulee suunnitella, kuinka sitä kehitetään, kuinka se käytännössä toteutetaan, mitä on asiakaskohtaaminen ja mitä se pitää sisällään.

3 RAYA DIVERS

Raya Divers on PADI 5 tähden vesiaktiviteetteihin erikoistunut suomalainen lomapalveluketju, jolla on viisi toimipistettä ympäri Etelä-Thaimaan suosittuja lomakohteita, jotka ovat Phuket, Krabi, Khao Lak, Koh Lanta ja Raya Yai. Raya Divers tarjoaa sukelluskursseja, sukellusretkiä, saariretkiä, snorklauksia, suppausta, kalastusta ja erilaisia aktiviteetteja lapsille. Ensimmäinen sukelluskeskus perustettiin Raya Yain saarella vuonna 2000. (Raya Divers www-sivut, 21.11.2017.)

Raya Divers on täydenpalvelun sukelluskeskus, jossa onnistuu snorklaus-, sekä sukellusvarusteiden vuokraus. Retkiä toteutetaan vuoden jokaisena päivänä, mutta jotkin keskukset ovat suljettuina kesäsesongin aikana. Tällöin vain Phuketin, Krabin sekä Raya Yain keskukset ovat avoinna. (Raya Divers www-sivut, 21.11.2017.)

PADI sukelluskurssit on mahdollista suorittaa aloittelijasta ammattilaiseen. Monipuoliset sukellusretket toteutetaan osaavien ammattilaisten johdolla Suomeksi, tai tarvittaessa muilla kielillä. (Raya Divers www-sivut, 21.11.2017.)

4 PEREHDYTYKSI

Työhön on aina tarve opastaa jollakin tapaa. Uuteen työpaikkaan tai uuteen työtehtävään sijoitettu henkilö tulee saamaan ohjausta kokeneemmalta henkilöltä tai joltakin muulta taholta. Ennen perehdytys sisälsi vain yksinkertaisesti työhön opastamisen. Nykyään perehdyttämistä pidetään paljon laajempaan asiana. Tänä päivänä tahdotaan antaa perehdytystä sen laajimmassa merkityksessä, joka pitää sisällään muun muassa yritykseen ja työyhteisöön perehdyttämistä. Organisaatiot ja työtehtävät ovat monimutkaistuneet ja laajentuneet ajan edetessä ja näin ollen perehdyttämisestä on tullut yhä tärkeämpi ja isompi asia yrityksissä, eikä näin ollen pelkästään työhön opastaminen enää riitä. Työntekijän on oltava yhä tietoisempi siitä, mitä organisaatiossa tapahtuu työn ulkopuolella ja miksi yritys on olemassa. (Kupias 2009, 13-16.)

Uuden työsuhteen alussa joudutaan omaksumaan ja käsittelemään valtavasti uutta tietoa. On esimerkiksi uusia kasvoja, uusia nimiä, numeroita, käsitteitä, tekniikoita sovelluksia, tapoja ja paljon muuta. Ajan kuluessa niistä muodostuu kuitenkin selkeä kokonaiskuva, josta vielä pidemmän ajan kuluessa alkaa tulla rutiineja. Hyvällä perehdytyksellä autetaan tässä tietotulvassa selviytymistä. Sillä erotetaan oleelliset asiat epäoleellisista ja autetaan löytämään tarvittavat tiedot nopeasti. Perehdytys on jäänyt vajaaksi, jos työntekijälle ei opeteta talon ja yrityksen tapoja toimia sekä tärkeimpiä arvoja. Perehdytys voi jäädä vajaaksi myös silloin, kun uudelle työntekijälle ei anneta mahdollisuutta avata suutaan, jonka seurauksena hän ei pääse kyseenalaistamaan tai tuomaan omia näkemyksiään esille. (Valvisto 2005, 49.)

Perehdytyksessä olosuhteet muuttuvat, sekä itse perehdytettävä on myös poikkeuksetta aina erilainen. Perehdyttäminen on suunniteltava eri tavalla tarpeiden, tilanteiden sekä perehdytettävien mukaisesti. Perehdytyksen perusta voi olla jokaiselle samanlainen, mutta sitä saatetaan joutua erikseen soveltamaan hieman tilanteiden mukaan. (Valvisto 2005, 49-50.)

Perehdyttäminen liitetään liiketoiminnallisten tavoitteiden varmistamiseen sekä myös hyvään henkilöstötyöhön. Viimeistään perehdytyksen arvioi asiakas itse asiakaskoh- taamisissa. Perehdyttämisellä on myös suuri vaikutus työntekijänmaineeseen, kuin

myös itse yrityksenmaineeseen. Perehdytys aloitetaan jo varhaisessa vaiheessa, jonka aikana yrityksen arvot, tavoitteet ja kulttuuri tulevat tutuksi. (Kupias 2009, 64.)

4.1 Perehdytyksellä huipulle

Kun yritys haluaa edistää kaikessa liiketoiminnassaan jatkuvasti tehokkuutta, on hyvin kannattavaa hakea sitä perehdyttämisestä. Jos työntekijä heitetään työpisteelle tai työtehtävään tuosta vain ilman sen suurempaa perehdytystä, jättää yritys käyttämättä valtavan suuren mahdollisuuden. (Valvisto 2005, 47-48.)

Perehdytyksen tehtävänä on typistää aikaa, jossa uusi työntekijä oppii työtehtävän ja jonka jälkeen työpanos muuttuu tulokseksikaaksi. Tämä myös varmistaa, että työpanos liikuttaa yritystä lähemmäksi sen tavoitteita ja visiota. Yrityksellä on tässä vaiheessa valtavan hyvä tilaisuus luoda työntekijälle vahva pohja pitkäaikaiseen sitoutumiseen. Tämän takia yksi tärkeimmistä päämääristä perehdytyksessä on vahvistaa ymmärrystä yrityksen identiteetistä, mikä suurilta osin rakentuu sen tuotteista ja strategiasta. Parhaassa tapauksessa yrityksen identiteetti on ollut juuri se asia, joka on saanut uuden henkilön hakemaan yritykseen töihin. Hakija voi olla suuresti kiinnostunut yrityksen tuotteista, asiakaskunnasta ja johtamistavasta, vaikka useimmin työtehtävän sisältö ja mahdollisuudet edetä omalla uralla on päällimmäisiä syitä hakemuksen jättämiseen. Perehdytysvaiheessa työntekijän on kuitenkin viimeistään ymmärrettävä, minkä eteen hän työtänsä tekee. (Valvisto 2005, 47-48.)

Uuden työntekijän aloittaessa ensivaiheet ovat kriittisimmät, sillä uusi tulokas aloittaa työt uudessa ympäristössä täynnä intoa ja suuria odotuksia. Hän on voinut nähdä yrityksen oman ”hienomman” käsityksensä mukaan ja yritys itse on voinut hieman kaunistella asioita ja esittää asiat niin kuin uusi työntekijä odottaa ne näkevänsä. Jo ensimmäisenä päivänä useasti uusi työntekijä joutuu yllättymään sekä pettymään. Tämä johtaa siihen, että työntekijä ei tulevaisuudessa välttämättä innostu tekemään työtänsä täydellä teholla. Rekrytointititimiillä onkin tärkeä tehtävä asettaa odotukset oikealle tasolle, jotta suuria pettymyksiä ei tulisi. (Valvisto 2005, 48.)

Uuden työntekijän tullessa uuteen työpaikkaan ensimmäistä kertaa, esimiehen on oltava vastassa. Sillä ei ole väliä, millä hierarkiatasolla esimies on. Mikäli esimies ei ole kykenevä olemaan paikan päällä ensihetkinä, on tärkeää yrittää olla kuitenkin jossakin kosketuksessa uuden työntekijän kanssa, esimerkiksi puhelimitse. On tärkeää antaa uudelle työntekijälle vaikutus siitä, että hän on yhtä tärkeä yritykselle, kuin yritys hänelle ja että hän on tervetullut uuteen työympäristöön. Tämän vaikutelman voi luoda esimerkiksi sillä, että työpiste, tarvittavat työkalut ja perehdytysohjelma ovat valmiina odottamassa. (Valvisto 2005, 48.)

Uuden oppiminen vaatii aikaa ja paljon kertausta. Perehdytysvideon ja paperipinon läpi lukeminen ei tule riittämään, vaan yrityksen identiteetin kannalta tärkeimmät asiat on kerrattava monesti. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi yrityksen strategia, visio sekä arvot. Kaikki nämä henkilöityvät useasti lähimpään esimieheen tai yrityksen johtoon. Onkin hyvin tärkeää, että uusi työntekijä kuuleekin nämä asiat juuri heiltä kasvotusten, mille tahansa hierarkiataason työhön astuttaessa. Moni arvostaa suuresti, jos pääsee tutustumaan yrityksen johtoon jollakin tasolla, esimerkiksi suuressa perehdyttämistilanteessa. Suurien yritysten on mahdotonta järjestää henkilökohtaisia tapaamisia ylimmän johdon kanssa. Läheltä on löydettävissä kuitenkin aina henkilö, joka on tulostavasti kyseisestä yksiköstä ja johon näin ollen yritys voidaan katsoa henkilöityvän. (Valvisto 2005, 49.)

Uusien työvälineiden sekä menetelmien käyttöönotto on useasti aikaa vievää ja välillä kovinkin haasteellista. Perehdytyksessä onkin tärkeä myös paneutua uusiin työvälineisiin sekä menetelmiin hyvin. Vaikka tämä ei olekaan kovin vaikea tehtävä, laadukas perehdytysohjelma ottaa tämänkin huomioon. Hyvä perehdyttäjä osaa myös antaa uuden työntekijän käyttöön piilossakin olevaa tietoa, jota ei perehdytykseen syystä tai toisesta voida tai haluta sisällyttää. Ensipäivinä ja jopa viikkoina on tärkeää osoittaa uudelle työntekijälle niin sanottu ”kummi”. Tämän tehtävänä on olla uudelle henkilölle alkuvaiheissa tuki ja turva, johon voi aina kääntyä, jos kysyttävää ilmenee. Useimmiten kummiksi valittu henkilö oppii samalla itsekin paljon uutta tai hänelle palautuu jotain tärkeitä unohdettuja asioita mieleen. Perehdytyskansiosta saattaa siis olla hyötyä myös vanhalle henkilökunnalle. Runsaasti opittavaa voi myös olla henkilöllä, joka pitkän tauon jälkeen palaa työhön, esimerkiksi pitkän sairausloman jälkeen. Asiat saattavat muuttua vuodessa tai jopa muutamassa kuukaudessa paljon.

Vaikkakin paluu olisikin vanhaan tuttuun tehtävään, hänet joudutaan perehdyttämään muutoksiin, jotka on tapahtunut poissaolon aikana. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2-3.)

Kaikille uusille työntekijöille on taattu hyvä yhteinen alku, kun perehdytysprosessi on hyvin ja huolellisesti suunniteltu. Kunkin työntekijän lähin esimies on paras vaihtoehto yksilöllisen osan ohjelmassa. Esimiesten on helppo tietää mitä heidän alaisensa tarvitsevat, kun he ovat olleet lujasti mukana jo rekrytointitilanteessa. Perehdytyksen on hyvä jatkua koko koeajan, joka normaalisti on noin neljä kuukautta. Tässä ajassa työntekijän tulisi olla jo hyvin perillä työnkuvastaan, työtehtävistään ja yrityksestä ja päässyt syventämään saamiaan tietojaan käytännön töissä. (Valvisto 2005, 49-50.)

Ihminen tekee paljon havaintoja uudessa ympäristössä ja uusi työympäristö ei ole siinä poikkeus. Uusi työntekijä tutkiskelee omia odotuksiaan ja vertailee jatkuvasti kokemuksia edellisestä työpaikasta. Hän arvioi alitajuisesti koko ajan oliko oikein hakea työtehtävään perehdytyksen ohella. Ensimmäinen pettymys koetaan useasti viimeistään neljän kuukauden koeajan päättyessä, mutta myös positiiviset yllätykset ovat tulleet viimeistään esille. Hyvä esimies on läsnä uuden työntekijän edetessä perehdytyksessä varmistamassa, ettei negatiivisia yllätyksiä ilmaannu sattumalta. (Valvisto 2005, 50-51.)

4.2 Perehdytyksen sisälllys

Perehdyttäminen sisältää kaikki ne toimenpiteet, joiden avulla uusi työntekijä oppii ja omaksuu uuden työpaikkansa toiminta-ajatuksen, liikeidean ja työpaikan toimintaperiaatteet sekä toimintatavat. Hän oppii ymmärtämään ja tuntemaan uuden työpaikkansa tärkeät ihmiset kuten työtoverit, esimiehet sekä asiakkaat. Kaikki tämä on osana yritykseen ja työyhteisöön perehdyttämistä. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2.)

Perehdytyksellä haetaan myös uuden työntekijän tietämystä mitä tuleva työ tulee sisältämään. Hän siis tietää omaan työhönsä kohdistuvat odotukset ja on tietoinen

omasta vastuualueestaan sekä hänen yleisestä vastuusta koko työyhteisön toiminnassa. Hän myös oppii työtehtävänsä ja niihin liittyvät vaara-alueet sekä turvallisuusohjeet ja toimenpiteet. Tämä kaikki on osana työhön perehdyttämistä ja työhönopastusta. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2.)

4.3 Perehdyttämismenetelmiä

Monesti perehdytyksessä tulokas otetaan vastaan yksilönä ja perehdytys tapahtuu melkein kuin kädestä pitäen. Tällainen perehdytystapa on pienemmissä yrityksissä hyvä tapa, mutta mitä isommaksi yritys kasaa, sitä massatuotantomaisemmaksi perehdytys muuttuu. Tässä vaiheessa perehdytykseen on kytkettävä koko työyhteisö tai pienempi tiimi mukaan, jonka seurauksena perehdytys kehittyy yhteistyössä jatkuvasti. Ajan mittaan uutta työntekijää aletaan liittää mukaan vuoropuheluun. Tässä tilanteessa voidaan puhua sopeutuvasta perehdytyksestä siirtymisestä dialogista perehdyttämistä kohti. Perehdytyksen prosessi muodostuu uuden työntekijän tarpeista. Materiaalit, tieto ja osaaminen on liitettävä yhteen uudelle työntekijälle oikeanlaisen perehdytyksen tarjoamaksi. Suunnataan kohti yhteiskehittelyä, jolloin perehdyttäjä tai työyhteisö ja perehdytettävä rakentavat perehdytysprosessin. Perehdytystapoja on monia erilaisia, joita voidaan soveltaa tilanteen ja perehdytettävän mukaisesti. (Kupias & Peltola 2009, 35-36.)

Alla tulen käsittelemään vierihoitoperehdyttämistä, malliperehdyttämistä, laatupe-
rehdyttämistä, räätälöityä perehdyttämistä sekä dialogista perehdyttämistä.

4.3.1 Vierihoitoperehdyttäminen

Vierihoidossa uusi työntekijä oppii kokenutta työntekijää seuraamalla. Vierihoidon voi liittää melkein kaikkiin perehdytyskonsepteihin, mutta käytännöntyössä se on vahvasti läsnä ja melkein pä ainoa perehdytystapa. (Kupias & Peltola 2009, 36.)

Vierihoitoperehdytys alkaa sillä, että jo työnsä osaava kokenut henkilö ottaa uuden työntekijän mukaan työntekoon ja samalla ohjeistaa ja kertoo yrityksestä, työyhteisöstä ja tulevista tehtävistä. Perehdyttäminen siis etenee hiljalleen ja näin ollen este-
tään myös mahdollinen informaatioähky, jossa uusia asioita tulee liian nopealla tah-

dilla. Yksilöllinen perehdytys on tässä todella helppoa, sillä hänet huomioidaan yksilönä perehdytyksen jokaisessa vaiheessa. Perehdyttäjät pystyvät saattamaan perehdytyksen alusta loppuun yhdelle henkilölle kerrallaan, joten hän joutuu jokainen kerta aloittamaan perehdytyksen alusta uuden työntekijän kanssa. (Kupias & Peltola 2009, 36-37.)

On mahdollista, että tulos perehdytyksen jälkeen on todella hyvä tai todella huono. Parhaan tuloksen saa, kun perehdyttäjät ottaa perehdytyksen tosissaan ja keskittyy siihen hyvin heti alusta alkaen. Hänen täytyy osata työtehtävänsä hyvin, olla itsevarma tekemisestään sekä pystyä ohjaamaan tulokasta oikealla tavalla. Perehdytyksen aikana ohjaajan taidot ja tietämys korostuvat ja taitava ohjaaja pystyy tekemään tulokkaalle turvallisen sekä tervetulleen olon. Perehdyttäjällä ei saa olla kiire. Aikaa täytyy olla itse työntekoon, että myös perehdytykseen. Huono perehdytys on taattu, jos perehdyttäjät ei välitä lainkaan tulokkaasta. Tämän seurauksena tulokkaan täytyy oppia omatoimisesti työtehtävään. Epävarma perehdyttäjät ei kykene ohjaamaan tulokasta asiallisella tavalla, joten perehdytykseen täytyy valita itsevarma sekä kokenut työntekijä. (Kupias & Peltola 2009, 37.)

Perehdytyksen ollessa yhden henkilön harteilla, tämän taidot ja ajankäyttö korostuvat. Perehdyttäjän on tärkeä osata nähdä niin organisaation, kuin myös tulokkaan tarpeet. Perehdyttäjällä pitää olla taitoa ja kiinnostusta neuvoa uutta työntekijää. Hänen täytyy pystyä erotella omat henkilökohtaiset mielipiteet sekä tunteet ja pitää ne pois perehdytyksestä. (Kupias & Peltola 2009, 37.)

Tämän perehdytystavan etuja ovat perehdytyksen yksilöllisyys sekä selkeä vastuuhenkilö, joka on mukana perehdytyksen jokaisessa vaiheessa. Uhkana perehdytystavassa voidaan pitää sitä, että perehdyttäminen on suuresti valitun perehdyttäjän innostuksen sekä osaamisen varassa. (Kupias & Peltola 2009, 37.)

4.3.2 Malliperehdyttäminen

Silloin kun halutaan tehostaa, yhtenäistää tai auttaa yksittäisiä perehdyttäjiä selkeyttämään perehdyttämistä, luodaan mallisuunnitelmia sekä erilaisia toimintamalleja

prosessin tueksi. Malliperehdytys sisältää perehdyttämisen materiaalin ja apuvälineiden tuottamisen yritysten sisäisesti käytettäväksi sekä selkeän työn- ja vastuunjaon määrittelyn. Tämä materiaali on useissa löydettävissä yritysten sisäisissä verkoissa. Perehdyttämisohjelmat, perehdyttäjien muistilistat, tulokasoppaat ja yhteiset minimivaatimukset ovat kaikki niin sanottuja keskitetysti tuotettuja materiaaleja. (Kupias & Peltola 2009, 37-38.)

Henkilöstöosasto on osittain vastuussa perehdytyksestä ja tämän kehittämisestä. Heidän toimenkuvansa on keskittyä yleisperehdytykseen, eli asioihin, joita toteutetaan koko organisaation laajuisesti. Mallinnusta hyödynnetään myös työyksiköissä, esimerkiksi oppaita tehdään työntekijöille, joiden tarkoituksena on helpottaa perehdyttäjien työtä ja samalla ohjata hyvän perehdytyksen laadullista tasoa. (Kupias & Peltola 2009, 38.)

Etuina tässä perehdytysmenetelmässä voidaan pitää perehdytyksen tasalaatuisuutta. Perehdyttäjillä on myös valmiita toimintamalleja perehdyttämistyön helpottamiseksi. Vaarana on, että huomio helposti kiinnittyy koko organisaation laajuiseen perehdyttämiseen, jolloin henkilökohtainen perehdytys jää vähäiseksi, perehdyttäminen ylemmällä tasolla ei kiinnity omaan tekemiseen ja perehdyttäminen jäykistyy. (Kupias & Peltola 2009, 38-39.)

4.3.3 Laatuperehdyttäminen

Laatuperehdyttämisessä vastuu on annettu tiimeille ja työyksiköille. Ajatuksena on, että perehdytyksen laatu on koko ajan tarkkailun alla ja että sitä voidaan kehittää jatkuvasti. Tiimeille ja yksiköille vastuuta siirrettäessä, on tehtävä valinta kuka tai ketkä vastuun ottaa. Joskus voi sattua, että vastuu siirtyy tiimille, josta kellään ei ole aikaa tai osaamista vastaanottaa sitä. Tärkeintä on, että perehdytys mielletään prosessina yhdessä yksiköiden ja tiimien välillä ja että jokainen on halukas jatkuvaan kehitykseen. (Kupias & Peltola 2009, 39.)

Esimies on suuressa vastuussa yksikkö- ja tiimikohtaisen perehdyttämisen järjestämisessä sekä sen kehittämisessä. Tiimiin saatetaan nimetä perehdyttäjä, jotta esimies

voi siirtää hieman vastuuta perehdyttämisestä. Tämä on suuri apu esimiehelle, jolla on yleensä paljon muitakin tärkeitä työtehtäviä. Parhaassa tapauksessa koko tiimi on mukana perehdytyksessä. Sovittu henkilö on kuitenkin suurimmassa vastuussa perehdytettävästä ja koko prosessin toimivuudesta ja etenemisestä. Perehdytysprosessin on oltava hyvin suunniteltu ja kuvattu. Prosessia on myös seurattava tarkasti, jos halutaan jatkuvaa kehitystä. (Kupias & Peltola 2009, 39.)

Etuina perehdytysmenetelmässä on jatkuva ajantasainen perehdytys, jota tiimi tuottaa perehdytyksen edetessä. Tulokas otetaan tiiminjäseneksi heti alussa ja hän voi käyttää osaamistaan laajasti. Vaarana kuitenkin on, että tiimille annetaan liikaa yhteisvastuuta, jonka jälkeen ei ole selvää vastuuhenkilöä. (Kupias & Peltola 2009, 40.)

4.3.4 Räätelöity perehdyttäminen

Räätelöity perehdytys liittyy osittain massatuotannon asiakaskohtaistamiseen. Yrityksen tuotteet jaotellaan eri osioihin, joita yhdistelemällä on mahdollista tuottaa tuote- ja palvelukokonaisuuksia erilaisiin tarpeisiin. Perehdytystä on myös mahdollista järjestää näiden periaatteiden mukaisesti. Perehdytykseen kuuluvat tuotteet tai palvelut jaetaan eri osiksi ja niistä kasataan perehdytettävän henkilökohtaisia tarpeita vastaava kokonaisuus. Näitä eri osia tehdään ja tuotetaan organisaation eri osissa, kuten henkilöstöhallinnossa sekä yksittäisissä työyksiköissä. (Kupias & Peltola 2009, 40.)

Räätelöidyn perehdytyksen edellytyksenä on, että jokin henkilö tai taho toimii perehdyttämisen keskusyksikkönä eli kokonaisperehdytyksen koordinaattorina. Koordinoi ja liittää eri osien perehdyttäjät perehdytysohjelmaan. Perehdytyksen koordinoijana voi toimia työyksikön esimies tai henkilö joka tuntee perehdytykseen liittyvät osa-alueet ja osaa tuottaa tulokkaan kanssa juuri hänelle sopivan perehdytysohjelman. (Kupias & Peltola 2009, 40.)

Räätelöity perehdytys vaatii uuden tulokkaan tarpeiden ja osaamisen huomioon ottamista. Tulokkaan kuuntelu on tärkeässä asemassa ja hänen voidaankin kuvitella olevan perehdytyksen aikana asiakkaan roolissa. (Kupias & Peltola 2009, 41.)

Perehdytysmenetelmä sisältää hyvän ohjaajuuden ja perehdyttämiseen aiemmin kehitetyt palvelut. Edellytyksenä on että, perehdytys on jo valmiiksi hyvin jäsenneiltyä, sillä on jatkuva kehitys ja koko organisaation on sitoutunut siihen. (Kupias & Peltola 2009, 41.)

Etuna perehdytysmenetelmässä on, että uutta tulokasta kuunnellaan, joka johtaa parempaan sitoutumiseen ja hänen osaamisensa huomioimiseen. Vaarana on, että perehdytettävä ei sitoudu tarpeeksi oman perehdytysohjelmansa laatimiseen. Menetelmä vaatii myös monipuolista erityisosaamista perehdytyksen koordinoijalta. (Kupias & Peltola 2009, 40-41.)

4.3.5 Dialoginen perehdyttäminen

Perehdytysmallissa perehdytettävä tuo omalla osaamisellaan mukanaan uusia ideoita uuteen organisaatioonsa ja vastaan ottava työyksikkö oppii samalla uutta. Perehdytettävä siis tulee uuteen tehtävään, jonka hän muokkaa omalla osaamisellaan ja yrityksen tarpeilla. Perehdytysprosessin aikana molemmat tekijät kehittyvät jatkuvasti ja perehdytys elää koko perehdyttämisprosessin ajan. (Kupias & Peltola 2009, 41.)

Perehdyttämisen suunnittelu toteutetaan yhdessä uuden tulokkaan kanssa ja hänen asiantuntemustaan ja erikoisasemaistaan hyödynnetään. Perehdytyksen suunnittelu ja toteutus siirtyvät hiljalleen perehdytettävälle. Perehdytyksessä painottuu tulokkaan kuuntelun ja näkemysten huomioon ottaminen sekä hyödyntäminen. Jokaisessa organisaatiossa on tietenkin asioita, jotka ovat tärkeitä ja joissain tilanteissa välttämättömiä kertoa perehdytettävälle. Tällaisia asioita voivat olla esimerkiksi yrityksen arvot. Vahvuutena perehdytysmenetelmässä on, että perehdytettävä sekä vastaanottava yritys vastaanottaa uutta tietoa ja kumpikin oppii perehdytyksen edetessä. Vaarana voi olla, että perehdytettävälle annetaan liikaa oikeuksia tai hän ei ole tutustunut yrityksen arvoihin ja menetelmiin tarpeeksi tarkoin. (Kupias & Peltola 2009, 41-42.)

4.4 Loppukeskustelu

Perehdytykseen on hyvä sisällyttää loppukeskustelu. Tämä vahvistaa uuden työntekijän tunnetta ja luottamusta yritystä kohtaan. On tärkeää, että työntekijä saa myös tässä vaiheessa tuntea tulevansa kuulluksi. Loppukeskustelu on hyvä lopetus rekrytointi ja perehdytys prosessille, josta on apua niiden arvioinnissa. Pysähtyessä kuuntelemaan uutta työntekijää perehdytyksen jokaisessa vaiheessa, saa perehdyttäjä ja yritys arvokasta tietoa, kuinka perehdytys on purrut ja toiminut. Yrityksen lupaukset rekrytointivaiheessa ei saisi jäädä vain pelkiksi lupauksiksi. Kuuntelemalla uutta työntekijää perehdytyksen aikana, voidaan mahdollisia epäkohtia hioa ja muuttaa jo perehdytyksen aikana, tai viimeistään uudessa perehdytysvaiheessa. Yritys saa viitteitä tässä vaiheessa, siitä kuinka uusi henkilö on päässyt vauhtiin uudessa työssään. Odotukset eivät kuitenkaan aina kohtaa todellisuuden kanssa. Näin voi käydä puolin ja toisin. Jos perinpohjainen loppukeskustelu puuttuu, jotkin asiat voivat jäädä huomaamatta ja pompata esille myöhemmin huonoimpaan mahdolliseen aikaan. Joissain tapauksissa työsuhde päättyy koeaikaan, yrityksen tai työntekijän päätöksestä. (Valvisto 2005, 50-51.)

Valitsin laatuperehdyttämisen perehdytysmallin työhöni, sillä melkeinpä poikkeuksetta Raya Diversilla työskennellään tiimeissä. Tiimit eivät välttämättä ole joka kerta samat, mutta retkille ja sukelluksille lähdetään kuitenkin ennalta määrätyn tiimin kanssa. Näin sukelluskeskuksen manageri voi ennalta määrätä aina valvovan perehdyttäjän tiimiin, joka katsoo perehdytettävän perään sekä opastaa häntä. Myös muut tiiminjäsenet voivat auttaa perehdytyksessä parhaansa mukaan.

5 ASIAKASKOHTAAMINEN

Asiakaskohtaaminen tarkoittaa aikaa, jolloin asiakas ja henkilökunta ovat kanssakäymisessä toistensa kanssa. Asiakaskohtaamisia voi tapahtua esimerkiksi kasvokkain, puhelimessa tai verkossa. (Renfors & Salo 2013, 6.)

Asiakaskohtaamisessa tilanteet, jossa henkilökunta sekä asiakas kohtaavat, ovat molemmille tekijöille yhtä tärkeitä. Työntekijälle ja yritykselle, jota hän edustaa on asiakaskohtaaminen niinkin tärkeä, että kohtaamista sanotaan totuuden hetkeksi. (Ylikoski 1999, 298.) Totuuden hetkellä viitataan käytännössä tapahtuman onnistumiseen. Palvelutilanne ei tule koskaan toistumaan täysin samankaltaisesti, sillä asiakas kuluttaa palvelua juuri sillä hetkellä. (Aarnikoivu 2005, 93.)

Tärkeitä tekijöitä asiakaskohtaamisessa ovat säännöllinen yhteydenpito, asioimisen helppous sekä selkeä palvelukokonaisuus. Nämä ovat avaintekijöitä palvelutilanteessa, joiden avulla hyvä kokonaisuus saavutetaan. Asiakaskohtaamiset ovat pitkälti asiakkaisiin vaikuttamista. Työntekijä onkin suuressa roolissa omilla sanavalinnoillaan, tilanneherkkyydellään, olemuksellaan, asiakkaan auttamiseen päätöksenteossa ja kiinnostuksen osoittamisessa asiakkaaseen. (Selin & Selin 2005, 168-171.) Myös omat asenteet, ennakkoajatukset, oma ajankäyttö sekä läsnäolo tilanteessa ovat erittäin tärkeitä. Kun nämä edellä mainitut kriteerit täytetään, syntyy hyvä yhteisymmärrys asiakkaan, yrityksen sekä työntekijän välillä. (Selin & Selin 2005, 161.)

Palveluja ja niiden laatua arvostetaan paljon ja laatu onkin nouseva valintakriteeri nykypäivän markkinoilla. Tästä syystä asiakaskohtaamisen onnistuminen on todella tärkeä kaikissa toimintaympäristöissä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2011.) Esimerkiksi matkailu- ja ravintola-alalla asiakaskohtaamisen ja asiakaspalveluosaamisen merkitys on suuri. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006; 2010, Opetushallitus 2012.) Asiakslähtöisyys sekä korkeatasoinen palvelu ovat suuria menestystekijöitä monessa yrityksessä. Yrityksissä joissa asiakslähtöisyys on suuressa osassa palveluja, ymmärretään asiakkaan toiveita sekä tarpeita ja osaa myös ennakoida niiden kehittymistä. Tämä nostattaa palvelun laatua ja johtaa sen jatkuvaan kehittymiseen sekä paranemiseen. (Brady & Cronin 2001, Hennig-Thurau & Thurau 2003.) Henkilökunnan syvä tuntemus alasta on tärkeää, jotta asiakaskohtaamiset täyttävät asiakkaiden tarpeet sekä odotukset. (Renfors 2013, 6.)

5.1 Laatu on tärkeää asiakassuhteen kannalta

Asiakkaalle laatu on tärkeää, jonka asiakas itse määrittelee. Asiakas määrittelee laadun itse tehtyjen havaintojen kautta kuluttaessaan palvelua. (Zeithaml, Parasuraman & Berry 1990.) Laadun havainnointi ei ole pelkästään yksiulotteista, vaan laatu on monikäsitteellisempi ilmiö. (Renfors 2013, 6.)

Yrityksen kannalta laatu on elintärkeää, sillä hyvällä laadulla erotutaan kilpailijoista juuri asiakkaalle merkittävällä tavalla. Laadukas menettely erottuu asiakkaan silmissä monen kilpailijan seassa. (Zeithaml ym. 1990, 10.) Laadukas palvelu johtaa suuremmalla todennäköisyydellä ostopäätökseen, yrityksen maineen kasvuun ja uusiin asiakassuhteisiin. Laadukas palvelu kannustaa myös asiakkaita kirjoittamaan yrityksestä ja palvelutapahtumasta positiivisesti esimerkiksi sosiaaliseen mediaan sekä positiivinen word-of-mouth-viestintä kasvaa. Tämä johtaa myös pitkiin asiakassuhteisiin, jotka ovat uskollisia hyväksi todetulle palvelulle. Laaduton palvelukokemus saa ihmiset melkein pä herkemmin liikkeelle sosiaalisessa mediassa ja tieto heikosta laadusta leviää nopeaa vauhtia. (Renfors 2013, 6.)

Henkilökunnan toimintaa voidaan säädellä ja suunnitella, jos yrityksen johdolla on ymmärrystä ja tietoa laadusta. Kun johdolla on asiakkaan tarpeiden ja asiakaskokemuksen ymmärrystä, tehostaa se tuottavuutta. Käsitys laadusta eroaa monella toisistaan, joten on erittäin tärkeää osata ymmärtää eri näkökulmia toiminnan kehittämisen kannalta. (Renfors 2013, 6.)

5.2 Asiakas ymmärrys

Asiakaskohtaaminen voisi olla täydellinen, jos yritys tietäisi tarkalleen mitä asiakas haluaa ja millainen hän. Näin ollen olisi todella helppoa tyydyttää asiakasta palvelutilanteen ensi sekunneista lähtien. Tämä ei kuitenkaan ole mahdollista, vaan asiakasta on tutkittava ja kuunneltava. Asiakas tulee esittämään ja kertomaan kaiken tarpeellisen, kun vain osaa asetella kysymykset oikein. Tutustumalla asiakkaaseen tarkoin,

voidaan hänelle viestiä oikealla tavalla. Ostajien käyttäytymistä on todella vaikea muuttaa, joten yrityksen täytyy pystyä muuttumaan asiakkaan tarpeiden mukaan. Yrityksen asiakaskohtaamisen täytyy olla siis asiakaslähtöistä. (Muhonen & Heikkinen 2003, 23-24.)

On tiedossa, että asiakkaan käyttäytyminen on aina tavoitteellista. Asiakas hakee johonkin tarpeeseensa tyydytystä. Eri tavaroita ja palveluja hankkiessaan asiakas tyydyttää perustarpeitaan, yhteenkuuluvuuden tarpeitaan tai henkilökohtaiseen kasvuun liittyviä rapeitansa. Asiakkaalla on aina syy tarpeillaan, esimerkiksi matkavakuutus, joka peilaa turvallisuuden tarpeeseen. Ostokäyttäytymisestä voidaan poimia erilaisia toimintatapoja. Näitä ovat esimerkiksi tiedon hankinta, palvelujen ja tuotteiden vertailu, yhteydenotto sekä palvelun tai tuotteen varsinainen käyttö. Koko kuluttajan käyttäytymistä voidaan kuvata tietynlaisena prosessina. Prosessi etenee yleensä aina tietynlaisessa järjestyksessä, väitettä tukee monet aiheesta tehdyt tutkimukset. Asiakas harvemmin itse ajattelee mitä vaihetta hän on käymässä läpi, vaan ajatukset ovat ostopäätöksen jälkeisessä ajassa ja siinä, mitä hän siitä saa tai hyötyy. (Ylikoski 1999, 77-78.)

Käyttäytyminen ailahtelee ajan ja päätöksenteon mutkikkuuden suhteen. Koetun palvelun helppous tai vaikeus vaikuttavat ostopäätökseen nopeuteen. Joskus päätös syntyy hetkessä ja toisinaan se voi viedä jopa päiviä. Asiakas on monesti erilaisessa roolissa ostotilanteessa. Voi olla, ettei palvelua olla ostamassa itselleen, vaan esimerkiksi perheenjäsenelle tai muulle sukulaiselle. Asiakas voi siis olla itse palvelun käyttäjä, päätöksentekijä, vaikuttaja tai kaikki samaan aikaan. Kun asiakkaaseen tahdotaan vaikuttaa, tarvitaan tietoa missä niin sanotussa roolissa hän on ja kenelle tarkalleen palvelu tai tuote on menossa. (Ylikoski 1999, 77-78.)

Ympäristö sekä kuluttajakohtaiset erilaisuudet vaikuttavat ostotilanteeseen. Asiakkaan ikä, sukupuoli, taloudellinen tilanne sekä koulut ovat kaikki kuluttajakohtaisia erilaisuuksia. Eri elämäntilanteessa oleva henkilöllä on erilaisia tarpeita. Esimerkiksi lapsiperhe tarvitsee erilaisia palveluja kuin taas eläkeikäinen yksineläjä. (Ylikoski 1999, 77-78.)

5.3 Asiakas palvelutilanteessa

Palvelu tuotetaan niin sanotusti ”näyttämöllä”. Organisaation henkilökunta toimii näyttelijöinä, asiakkaat yleisönä ja asiakkaan näkemät tilat ja kaikki muu palvelun aikana näkemät asiat toimivat lavastuksena. Kokonaisuudessaan palvelutapahtumaa voidaan ajatella itse näytelmänä. Näytelmästä löytyy käsikirjoitus sekä roolit ja tapahtumilla on tietynlainen järjestys, jossa asiat tapahtuvat, tätä voidaan kutsua, vaikka juoneksi. Jokaisella asiakkaalla on tästä jonkinlainen ennakkokäsitys, mitä tulee tapahtumaan. Asiakas odottaa palvelun etenevän tietyllä tavalla. Poikkeamalla käsikirjoituksesta, asiakas yllättyy, joko positiivisesti tai negatiivisesti. Yllätyksen tulisi tietenkin olla positiivinen, esimerkiksi palvelu voi olla huomattavasti nopeampaa mitä asiakas odotti. Negatiiviset kokemukset ja yllätykset tuottavat asiakkaalle tietenkin huonoja kokemuksia. (Ylikoski 1999, 89.)

Palvelutilanteessa roolitus on tärkeää, niin henkilöstölle kuin myös asiakkaalle. Joissain tilanteissa oletuksena on, että asiakas palvelee itse itseään, tästä asiakkaan tulee olla tietoinen, jotta kokemus on sujuvaa. On siis tärkeää antaa asiakkaalle niin sanotusti hänen roolinsa käsikirjoitus, eli opastaa asiakasta jokaisessa tilanteessa ja kertoa kuinka toimia. (Ylikoski 1999, 89.)

Niin sanotulla ”näyttämöllä” toimiva henkilökunta, muut ihmiset, lavasteet ja ilmapiiiri, joka kattaa esimerkiksi tuoksut, värit, äänet, vaikuttavat kaikki suuresti asiakkaan toimintaan ja käyttäytymiseen. (Ylikoski 1999, 89).

Mielialat sekä tunteet vaikuttavat suuresti käyttäytymiseen. Asiakas ja myös asiakaspalvelija, ovat tilanteessa läsnä myös tunteineen. Asiakkaan tai henkilökunnan ollessa huonolla tuulella, vaikutus palvelun laatuun on suuri. Asiakas saattaa kokea muuten hyvän palvelun epämiellyttävänä tai jopa huonona. Asiakas saattaa myös olla haluton myötävaikuttamaan palvelun onnistumiseen. Pelkästään asiakkaan oma huono tuulisuus ei ole vaaratekijä palvelun laadulle, vaan myös ympärillä olevat ihmiset vaikuttavat paljon. Kun taas asiakkaan tai ympärillä olevien asiakkaiden positiivinen asenne ja mieliala tuo palvelutapahtumaan myönteisiä kokemuksia. Eri tunteilla on erilainen vaikutus palvelutilanteessa. Pienet virheet voidaan antaa anteeksi, jos asia-

kas on hyvällä tuulella, kun taas huonolla tuulella negatiiviset asiat ylikorostuvat ja tekevät tilanteesta entistäkin huonomman. (Ylikoski 1999, 90-91.)

5.4 Millaista on hyvä asiakaskohtaaminen?

Asiakaspalvelun tavoitteena on, että palvelussa hohtaa positiivisuus niin, että palvelutapahtumasta jää asiakkaalle hyvä muisto. Asiakaskohtaamisesta jää hyvä tunne varsinkin silloin, kun palvelun tai toiminnan laatu täyttää tai jopa ylittää asiakkaan odotukset. Mutta miten asiakaskohtaamisesta saadaan paras mahdollinen ja kuinka asiakkaan odotukset voidaan ylittää tai ainakin täyttää palvelutilanteessa? Pienetkin asiat voivat tehdä vaikutuksen. Inhimillinen hymy ja iloisuus ovat monesti asioita, jotka voivat tehdä jopa arkipäiväisestä palvelutilanteesta odottamattoman vaikutuksellisen. On mukava nähdä työntekijä, joka todella nauttii omasta työstään ja asiakaiden kohtaamisesta. (Valvio 2010, 46.)

Iloisuus, innostuneisuus ja vilpittömyys siirtyvät työntekijästä asiakkaaseen. Asiakas tulee kohdata myös nöyränä, mutta kohtaaminen ei saa mennä liiaksi nöyristelyksi, jolloin tilanne voi mennä oudoksi ja vaivautuneeksi. Asiakkaalle on tärkeää, että hän tulee kuulluksi. On siis välttämätöntä kuunnella asiakasta ja toteltava asiakkaan toiveita ja tarpeita. On niin sanotusti sopeuduttava asiakkaan tarpeisiin ja läsnä olevaan palvelutilanteeseen. Myös ylpeys työstäsi tulee näkyä, mutta ylpeily tulee kitkeä pois. (Valvio 2010, 48-49.)

Palvelusuhteen päättymiseen voi olla monia syitä. Esimerkiksi asiakas astuu liikkeeseen sisään, eikä kukaan liikkeessä huomaa asiakasta. Asiakas jää ilman palvelua ja poistuu. Myös tilanne jossa asiakas on tilannut esimerkiksi keittolounaan ja huomaa ruoan saapuessa, että keitto on vanhaa ja kylmää. Asiakas joutuu pyytämään uutta keittoa, odottamaan uutta annosta pitkään tai pahimmassa tapauksessa uutta keittoa ei voida enää tehdä. Tilanne ei ole miellyttävä, varsinkin silloin, kun asiakas on ensikertaa kyseisessä ravintolassa. Edellä mainituista tilanteista voidaan päätellä, ettei asiakas tule enää asioimaan kyseisissä paikoissa.

Vaikka palvelutapahtumasta koitetaan tehdä paras mahdollinen, ei siinä aina välttämättä onnistuta. Asiakkaan näkökantilta pieleen mennyt palvelutapahtuma ja huonoksi todettu kokemus tuo poikkeuksetta aina seurauksensa. Onkin hyvin tärkeää olla perillä siitä, missä mennään vikaan, kun palvelusuhde päättyy. Kaikkiin asioihin ei kuitenkaan voida vaikuttaa suoraan, mutta muutosta asioihin voidaan koittaa saada aikaiseksi. (Valvio 2010, 50.)

6 TUTKIMUSMENELTELMÄT

6.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallinen opinnäytetyö on yksi vaihtoehto ammattikorkeakoulun tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Tällä opinnäytetyömenetelmällä tavoitellaan ammatillisessa kontekstissa erilaisia käytännön toiminnan opastamista, ohjeistamista, toiminnan järjestämistä tai rationalisoimista. Se voi olla alaa katsomatta vaikkapa ammatilliseen käyttöön tarkoitettu ohje, ohjeistus tai opastus. Esimerkkejä ovat perehdyttämisoppaat, ympäristöohjelmat tai vaikka turvallisuusohjeistukset. Tapahtuman järjestäminen on myös yksi hyvä idea toiminnalliselle opinnäytetyölle. Esimerkkejä tapahtumille ovat messuosaston, konferenssin tai vaikkapa jokin näyttelyn järjestäminen. Toteutustapoja on myös laaja kavalkadi. Toiminnallinen opinnäytetyö voidaan toteuttaa kohderyhmää ajatellen kirjana, kansiona, vihkona, oppaana, cd:nä, portfolioina, internetsivuna tai järjestämällä jonkin tapahtuman tai näyttelyn. On tärkeää, että opinnäytetyössä yhdistyy käytännön toteutus sekä tämän raportointi. (Vilkka & Airaksinen 2003, 9.)

Ammattikorkeakouluissa toteutetun koulutuksen päätavoite on, että valmistuessaan opiskelijalla on valmiudet toimia oman alansa asiantutijatehtävissä. Myös tähän liittyvät tutkimuksen sekä kehittämisen perusteet on opintojen jälkeen oltava hallussa. Opinnäytetyön tulisi siis olla työelämälähtöinen. Hyvin käytännönläheisellä, tutkimuksellisella asenteella toteutettu, sekä alan tietoja ja taitoja hyödyntäen rakennetaan hyvä pohja toiminnalliselle opinnäytetyölle. (Vilkka & Airaksinen 2003, 9-103.)

6.2 Haastattelu

Haastattelu on yksi käytetyimmistä tiedonkeruumuodoista. Eritoten vapaamuotoiset sekä hieman strukturoidut haastattelumenetelmät ovat lisääntyneet. Haastattelu on todella joustava tutkimusmenetelmä, jolloin se sopii erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Kasvokkain käydyissä haastatteluissa ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa haastateltavan henkilön kanssa, jolloin on mahdollista suunnata tiedonhankinta itse tilanteessa. Samalla on mahdollista saada esille vastausten sisällä olevat motiivit. Kehonkielestä on helppo saada apua tilanteen ymmärtämisessä. Haastattelun aiheiden järjestystä on mahdollista vaihdella ja myös selkeyttää kysymyksiä haastattelutilanteessa. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 34.)

Haastattelussa halutaan korostaa sitä, että ihminen nähdään subjektina. Haastateltavalla on mahdollisuus tuoda esille ne asiat, jotka koskevat häntä itseään mahdollisimman vapaalla tavalla. Tutkijalla ei ole entuudestaan tietoa mitä haastateltava asiasta on mieltä, joten vastausten suuntaa on etukäteen vaikea tietää. Ennen haastattelua tiedetään jo, että tutkimuksessa käytetty aihe tuottaa moniin eri suuntiin viittaavia vastauksia. Näin saadaan uusia ja erilaisia näkökulmia tutkittavaan aiheeseen. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 35.)

Haastattelumenetelmiä on monia, mutta käytetyin haastattelulaji on lomakehaastattelu, jossa haastattelu ohjautuu lomakkeen mukaan. Lomakkeessa väitteiden sekä kysymysten muoto on määrätty etukäteen, olettaen myös, että kysymyksien merkitys on sama kaikille vastaajille. Lomakehaastattelu sopii mainiosti tilanteisiin, jossa tutkija haluaa kerätä faktatietoa ja tutkijalla on jo tietoa etukäteen, minkälaista tietoa haastateltavat voivat mahdollisesti antaa. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 44-45.)

Haastattelumuodoksi valitsin strukturoimattoman haastattelun. Strukturoimattomasta haastattelusta on monia eri nimityksiä, kuten avoin haastattelu, asiakaskeskeinen haastattelu, syvähaastattelu ja keskustelunomainen haastattelu. Syvähaastattelussa tarkoituksena on käyttää avoimia kysymyksiä. Päätehtävänä haastattelijalla on syventää vastauksia, joita haastateltava antaa ja jatkaa haastattelua niiden varassa. Syvähaastattelu on melkein keskustelua, jossa vastaus saa aikaan uuden kysymyksen. Haastattelun päämääränä on saada haastateltava kertomaan omista kokemuksistaan,

kuitenkin pysyen tutkimuksen kohteen rajatussa alueessa. Haastateltavia ei valita satunnaisesti. Tietojen saamiseen käytetään erikoistuneita henkilöitä. Tämä tarkoittaa monissa tapauksissa vain muutaman henkilön perinpohjaista haastattelua. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 46.)

Tarkoituksena oli saada jokaiselta haastatellultani henkilöltä oma näkemys esille perehdytyksestä, sen etenemisestä ja mitä heidän mielestä olisi tärkeä painottaa. Huomion haastatteluiden aikana myös, kuinka he toimivat asiakkaiden kanssa asiakas-kohtaamistilanteissa. Haastattelin työharjoitteluni aikana seitsemää henkilökuntaan kuuluvaa henkilöä. Haastatteluille ei varattua aikaa, vaan haastattelut suoritettiin työympäristössä silloin kun aikaa oli. Haastattelut suoritettiin vuoden 2016 kesällä. Haastattelurunko löytyy liitteenä opinnäytetyön lopusta. (Liite 1)

7 TYÖN TULOSTEN LUOTETTAVUUDEN TARKASTELU

Reliabiliteetilla mitataan tutkimuksen luotettavuutta. Tarkoituksena on olla saamatta sattumanvaraisia tuloksia, vaan pyritään johdonmukaisiin tuloksiin. Reliabiliteetilla tarkoitetaan siis tutkimusmenetelmän ja siinä käytettyjen mittareiden kykyä saavuttaa haluttuja tuloksia. (Amk www-sivut, 21.11.2017.)

Reliabiliteetin nousuun pyritään tutkimalla näkökulmia eri ihmisiltä. Aineistoa analysoidessa, voidaan saatuja tuloksia vertailla keskenään. Mittauttamalla sama tilastoyksikkö moneen kertaan, voidaan tutkimuksen sisäinen reliabiliteetti todeta oikeaksi tarkemmin. (Kyvyt www-sivut, 23.11.2017.)

Validiteetilla tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä selvittää sitä, mitä sillä on tarkoitus selvittää. Validiteetilla tutkitaan tutkimuksen pätevyyttä ja sen luotettavuutta. Validiteetin arvioinnissa huomio keskittyy kysymykseen, miten hyvin käytetyt menetelmät sekä tutkimusote vastaavat ilmiötä, jota tutkitaan. Silloin, kun operationaalinen sekä teoreettinen määritelmä on yhtäpitäviä, voidaan sanoa validiteetin olevan täydellinen. (Amk www-sivut 22.11.2017.)

Kun validiteettia arvioidaan, kohdistuu huomio kysymykseen, miten hyvin tutkimusmenetelmä sekä käytetyt mittarit vastaavat ilmiötä, jota ollaan tutkimassa. Puhussa tutkimuksen yleisestä pätevyydestä sekä luotettavuudesta, saatetaan myös puhua tutkimusaineiston validiuksesta, tai että tutkimus on kokonaisuudessaan validi tai kaikki tulokset ovat valideja, eli täysin luotettavia. (Kyvyt [www-sivut](#), 23.11.2017.)

Teorianmuodostuksen yhteydessä, on perusteltava tutkimuksen validiteetti, eli pätevyys. Tulosten on sovittava asetettuihin päämääriin, jotka tutkimukselle on asetettu. Sen on myös vastattava itse tutkimuskohdetta.

Tutkimuksissa pyritään arvioimaan tutkimuksen luotettavuutta. Tämä on tärkeää, jotta vältettäisiin virheiden syntyminen. Tämä ei kuitenkaan takaa täydellistä luotettavuutta ja pätevyyttä. Tutkimuksissa pyritään tutkimaan tutkimustulosten toistettavuutta sekä pätevyyttä. Toistettavuus pystytään toteamaan esimerkiksi, kun kaksi tai useampi arvioija päätyy samaan lopputulokseen, tällöin tulosta voidaan pitää oikeana. Pätevyyden mittaamisessa on tarkoituksena mitata sitä, että onko tutkittu sitä, mitä on ollut tarkoituskin mitata. Luotettavuutta sekä pätevyyttä tulee siis mitata joillakin tavoin. Laadullisissa tutkimuksissa luotettavuus lisääntyy, kun tutkija selostaa tarkasti tutkimuksen toteutuksen. (Hirsjärvi 2007, 226-227.)

Tämän työn toiminnallisessa osuudessa tarkoitus oli tehdä perehdytyskansio pääasiassa sukelluskeskus Raya Diversin Phuketin toimipisteelle uusille työntekijöille. Kohderyhmänä on kaikki työntekijät, joille perehdytyskansio toimii apumateriaalina muun perehdytyksen ohessa. Sisällölle sain ideoita yrityksen omistajalta, Phuketin toimipisteen managerilta, sekä uudelta, että vanhalta henkilökunnalta. Tuloksia voidaan pitää luotettavina, sillä haastattelin vanhoja ja uusia työntekijöitä, sekä yrityksen johtoa. Heillä on paljon tietoa siitä, millaista on työskennellä uutena työntekijänä kyseenomaisessa yrityksessä. Sain myös tiedusteltua mitä odotuksia heillä oli, sekä millaisia puutteita he näkivät aloittaessaan työskentelyn.

Haastateltavien nimet on jätetty mainitsematta, joten heidän henkilöllisyytensä pysyy salassa. Haastattelut suoritettiin sähköpostitse, sekä osittain kasvotusten. Ensimmäisenä lähetin haastattukysymykset sähköpostitse, mutta huonon vastausprosentin takia

päädyin myös haastattelemaan sen hetkistä henkilökuntaa kasvotusten. Haastattelut kirjasin pääpiirteittäin ylös, jotta mahdolliset virheet voitiin kitkeä pois. Jatkokysymyksiä esitin laajasti odotuksista aina itse työtilanteisiin.

Henkilöt jotka tavoitin sähköpostitse, olivat olleet menneellä kaudella töissä Raya Diversilla. Henkilöt joita haastattelin kasvotusten, työskentelivät sillä hetkellä yrityksessä. Joukossa oli muutama henkilö, jotka olivat työskennelleet yrityksessä monena kautena peräkkäin, jotka tavoitin sähköpostitse. Pystyin siis saamaan erilaisia näkökulmia uusilta sekä vanhoilta työntekijöiltä. Itse sain mahdollisuuden nähdä, kuinka perehdytys toimi heillä käytännössä, sillä suoritin työharjoitteluni Phuketin toimipisteellä.

Haastattelukysymyksiä en haastateltaville toimittanut etukäteen. Sähköpostitse toteuttavani haastattelut ovat kuitenkin poikkeus, sillä siinä haastateltava on mahdollisesti pystynyt pohtimaan pidempään vastauksia.

8 TULOKSET

Tarkoituksena oli selvittää miten työntekijät näkevät perehdytyksen, mitä se heille merkitsee ja miten sujuvasti perehdyttäminen toimii sukelluskeskus Raya Diversilla Phuketin toimipisteessä. Tarkoituksena oli myös selvittää millaisena he näkevät asiakaskohtaamisen ja onko tämä tärkeä osa perehdytystä.

Sain todettua haastatteluissa, että perehdytys on monelle tärkeä asia ja sille annetaan paljon painoarvoa työntekijöiden keskuudessa. Työ Raya Diversilla on sesonkipaiotteista, joten työhön hypätään suoraan ja näin ollen toivotaan, että uusi työntekijä voi nopeasti toimia itsenäisesti jokaisessa asiakastilanteessa sekä toimistolla. Perehdyttämisprosessi koetaan Raya Diversilla haasteelliseksi toteuttaa, sillä esimerkiksi toimistolla varauksia tehdessä täytyy osata käyttää varausjärjestelmää, joka on räätälöity Raya Diversin tarpeiden mukaan omanlaiseksi. Toimistolla työskennellessä vaaditaan paljon tarkkaavaisuutta sekä itsenäistä päätöksentekoa nopeasti vaihtuvissa

tilanteissa. Saari- ja sukellusretkillä työntekijältä vaaditaan tietämystä kohteen eläimistä, vesistöistä, nähtävyyksistä yms. Joten työntekijän on opeteltava näitä jo ennakoon, ennen töihin saapumista. Myös tapa jolla asiakkaiden, lehdistön yms. kanssa toimitaan, on tarkoin saneltu. Varsinkin sesonkiaikaan, kun töitä on paljon ja suurin asiakasmassa on liikkeellä, on perehdytys prioriteettilistalla korkealla. Matalase-songilla perehdytykseen on helpompi varata lisää aikaa, kun asiakaskunta on huomattavasti pienempi ja töitä on vähemmän. Töllöin kuitenkin perehdyttämien on haasteellisempaa, sillä retkiä ja sukelluksia varataan vähemmän, jolloin konkreettinen työnteko on vähäisempää ja perehdytys hitaampaa, eikä perehdytettävä pääse näkemään käytännön esimerkkejä, kuinka jokin asia hoidetaan.

Vastauksista loisti, se että heille perehdytys on suurelta osin opastamista. Tärkeimpiä asioita oli kohteiden ja työssä tarvittavien välineiden näkeminen konkreettisesti. Ilmi kävi myös, että uusiin työntekijöihin positiivisesti ja ystävällisesti suhtautuminen auttoi paljon perehdytysprosessissa. Tämä on tärkeää, jotta uudet työntekijät tuntevat itsensä tervetulleiksi ja halutuiksi, varsinkin kun koti on kaukana ja uudessa maassa kaikki on ihmeellistä sekä uutta. Uudet työntekijät tuntuivat kuitenkin perehdytyksen olevan hyvällä mallilla. Varsinkin sesonkiaikaan, työntekijöitä on paljon ja yhteishenki on loistava. Useampana kautena keskuksessa työskennelleet pystyivät perehdyttämään ja kertomaan asioista, miten niitä tehdään ja kuinka toimia erilaisissa asiakastilanteissa. Yhteishenki onkin tärkeää Raya Diversille ja siitä he ovat todella ylpeitä.

Kyselystä selvisi monia asioita, joista uudet työntekijät olisivat halunneet tietoa ennen paikalle saapumista ja työn aloittamista. Monilla ei ollut paljon tietoa Thaimaasta ja kohteesta yleisesti. Pyrinkin kirjoittamaan kansioon ne tärkeimmät ja yleisimmät tiedot, joita asiakkaat kyselevät ja jotka on hyvä tietää ennen saapumista. Toinen asia, joka tuli ilmi haastatteluissa, oli tiedon puute Raya Diversin tarjonnasta. Raya Diversilla työskentelyssä menestyminen vaatii hyvää tuotetietämystä, jotta matkoja voidaan myydä. On tiedettävä, millaisia retkiä on saatavilla ja mitä ne sisältävät.

Osalle selvisi vasta paikan päällä, että mopoa tai autoa joutuu käyttämään silloin tällöin. Tämä tieto olisi ollut tarpeen enne saapumista, jotta tarvittavat vakuutukset, sekä kansainvälinen ajokortti olisi ehditty hoitamaan Suomessa. Eräällä vastaajalla ei

ollut aikaisempaa kokemusta asiakaspalvelusta ja asiakaskohtaamisesta, joka on suuri osa työskentelyä Raya Diversilla.

Perehdytyskansio koettiin monilta osin tärkeänä ja positiivisena asiana. Vaikkakin perehdytyskansioita on ollut monenlaisia, on monet asiat olleet erillään ja vaikeasti saatavilla. Uuteen kansioon on pyritty tiivistämään helposti luettavaksi kaikki olennaisimmat asiat helposti ja vaivattomasti. Itsenäinen perehdytys onkin tärkeä osa ennen varinaisen perehdytyksen alkua. Kansioita voi lueskella jo kuukausia ennen paikalle saapumista.

9 POHDINTA

Tässä kappaleessa käsitellään opinnäytetyön tekemistä alkuvaiheesta aina loppuvaiheeseen saakka. Ajallisesti työn valmistumiseen meni noin puolitoistavuotta. Työn aikana oli monia erilaisia vaihteita, jonka aikana työstäminen oli hidasta tai kokonaan seisoksissa. Työ olisi voinut valmistua paljon nopeamminkin ja monia asioita olisi voinut tehdä eri tavalla. Käytin suurimman osan ajastani työn tekemiseen ollessani harjoittelujaksolla Raya Diversilla kesällä 2016, jolloin oli kaikista helpointa kerätä materiaalia opinnäytetyötäni varten, sillä Raya Divers toimii ainoastaan Thaimaassa ja itse asun Suomessa. Tänä aikana työstin perehdytyskansioita. Työstin opinnäytetyötäni työajalla, silloin kun se oli mahdollista sekä työpäivien jälkeen. Tämä aika oli kaikista tuottoisinta, sillä olinhan itse paikan päällä työskentelemässä sillä hetkellä. Kesän jälkeen aloitin vaihto-opiskeluni Belgiassa, joka teki suuren tauon kirjoittamiselle. Loppupalvesta 2017 saatua vaihto-opiskeluni päätökseen, aloitin teorian kirjoittamisen. Kesän saavuttua ja uudessa työpaikassa aloittaessani kirjoittamiseen tuli taas suuri tauko, sillä aikaa ei paljon ollut suurelta työmäärältääni. Katkonaisuus aiheutti paljon vaikeuksia sujuvassa kirjoituksessa ja tiedon keräämisessä.

Näillä näkymin perehdytyskansio tulee Raya Diversille käyttöön vuoden 2018 kesäsesongilla, sillä kesken talvikauden perehdytyksen jo aloittaneet työntekijät käyttävät jo eri materiaaleja, joten tämä toisi luultavasti vain sekaannuksia.

Haasteellisinta kirjoittamisessa on ollut itse perehdytyskansion tekeminen. Raya Diversin vakituisilla työntekijöillä ja johdolla on jatkuvasti paljon työtehtäviä. Esimerkiksi ennen sesongin alkua on todella paljon järjestettävää muun muassa rekrytointi, kohteiden avaaminen ja uusien yhteistyösopimusten tekeminen. Kun taas sesongin lopussa keskustusten sulkeminen ja muut tärkeät toimenpiteet. Yhteydenpito on myös hankalaa, sillä vakituiset työntekijät asuva Thaimaassa ja jos he eivät ole siellä, ovat he lomalla jossakin muualla, eikä ehdi ja pysty tämän takia pitämään yhteyttä. Olenkin paljon turvautunut Raya Diversin pilvipalveluihin tallennettuihin materiaaleihin. Teorian kirjoittamisen etenemisessä oli myös omat haasteensa hitaan kirjoitustahtini ansiosta. Teorian kirjoittamiseen palatessani oli hankala tästä syystä aina palata, sillä ajatus siitä, mitä olin kirjoittamassa, oli katkennut niin pitkäksi aikaa, että jokaisella kerralla täytyi perehtyä asiaan uudelleen.

Perehdytyskansiosta ei ollut tarkoitus tehdä pitkää ja vaikeasti luettavaa opusta, vaan helposti kiinni tartuttavaa sujuvaa yksinkertaista tekstiä, josta pääpiireittäin saa kaiken tarvittavan tiedon jo ennen työskentelyn aloittamista ja johon voitaisiin palata perehdytyksen ohella.

Perehdytyskansion valmistumiseen on mennyt paljon aikaa, mutta koen sen olevan onnistunut ja kattava informaatiopaketti aloittavalle työntekijälle.

Opinnäytetyötä tehdessä pääsin syventymään perehdytykseen sekä asiakaskohtaamiseen toden teolla. Koen oppineeni paljon uutta näiden asioiden saralta. Myös kirjoituksellinen antini on parantunut huomattavasti opinnäytetyöprosessin aikana.

LÄHTEET

- Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki. WSOY
- Hirsjärvi, S & Hurme, H. 2014. Tutkimushaastattelu, teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Tallinna. Gaudeamus Oy
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu. Otava Kirjapaino Oy
- Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOYpro
- Kangas, P & Hämäläinen, J. 2007. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. Työturvallisuuskeskus TTK, palveluryhmä
- Koresuo, K. & Löytänä, J. 2011. Asiakaskokemus – Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum
- Kupias, P. 2007. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. Työturvallisuuskeskus TTK, Palveluryhmä
- Kyvyt www-sivut. Viitattu 23.11.2017
<https://kyvyt.fi/view/artefact.php?artefact=304009&view=72174>
- Muhonen, P. M. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain – Tapahtumamarkkinoinnin voima. Jyväskylä: Talentum Media Oy
- Mäkinen, J. 2016. Perustaja, Raya Divers. Phuket. Henkilökohtainen tiedonanto. 30.6.2016
- Penttinen, A. & Mäntynen, J. 2009. Työhön perehdyttäminen ja opastus – ennakkoivaa työsuojelua. Helsinki: Työturvallisuuskeskus
- Raya Diviers www-sivut. 2017. Viitattu 21.11.2017
<https://www.rayadivers.fi>
- Selin, E. & Selin, J. 2005. Kaikki on kiinni asiakkaasta, avaimia asiakasrajapintojen hallintaan. Helsinki: Tietosanoma
- Spoken www-sivut. 2017. Viitattu 21.11.2017
<https://www.spoken.fi/blogi/haastattelun-lajityypit>
- Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy
- Valvisto, E. 2005. Oikeat ihmiset oikeille paikoille. Jyväskylä: Talentum Media Oy
- Viitala, R. 2004. Henkilöstöjohtaminen. Edita: Helsinki

Vilkka, H. & Airaksinen T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Virtuaali ammattikorkeakoulu www-sivut. 2007. Viitattu 21.11.2017

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413792643/1194415307356.html>

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413809750/1194415367669.html>

Vuokko, P. 2002. Markkinointiviestintä. Vantaa: WSOY

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

LIITE 1

Hei,

Teen opinnäytetyönä Raya Diversille perehdytyskansiota. Tavoitteena olisi, että kansion avulla uusilla työntekijöillä olisi saapuessaan valmiiksi yleistä tietoa Thaimaasta, kohteesta ja työskentelystä Raya Diversilla.

Pyytäisinkin teitä kertomaan lyhyesti, mistä olisitte tarvinnut enemmän tietoa ennen harjoittelua? Mitkä olivat asiakkaiden yleisempiä kysymyksiä tai kiinnostuksen kohteita?

Kiitos paljon jo etukäteen!

Ystävällisin terveisin,

Joonas Vilmi

Hello,

I am doing my thesis for Raya Divers concerning introduction for incoming staff. Goal is that new staff would have general knowledge of Thailand, destination they are coming and working for Raya Divers.

So, I am kindly asking you to tell, what you would have needed to know before coming to Thailand and working for Raya Divers? Which questions were most frequently asked by customers?

Thank you in advance!

Kind regards,

Joonas Vilmi

SISÄLLYS

- 1 RAYA DIVERS **VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
 - 1.1 HISTORIA **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
- 2 PALVELUT **VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
 - 2.1 SAARIRETKET, SUKELLUKSET JA VENESNORKLAUKSET **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 2.2 SUKELLUSKURSSIT **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 2.3 KALASTUSRETKET (PHUKET) ... **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 2.4 RÄÄTÄLÖIDYT RETKET **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 2.5 BABY RENTAL (PHUKET) **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 2.6 RAYA GUEST HOUSE (KRABI) ... **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 2.7 VILLA SERENITY (PHUKET) **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 2.8 MYYMÄLÖIDEN TUOTTEET **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
- 3 THAIMAA **VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
 - 3.1 LUONTO **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 3.2 MERI **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 3.2.1 VUOROVEDET **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 3.3 ELÄIMET JA HYÖNTEISET **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 3.4 KULTTUURI JA TAVAT **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 3.5 TYÖ JA KOULUTUS **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 3.6 USKONNOT **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 3.6.1 Henkientalot **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 3.7 ILMASTO JA SÄÄ **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 3.8 VALUUTTA **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
- 4 RAYA DIVERS TOIMIPISTEET **VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
 - 4.1 PHUKET **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 4.2 KRABI **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 4.3 KOH LANTA **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 4.4 KHAO LAK **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 4.5 RAYA YAI **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
- 5 TOIMENKUVAT **VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
 - 5.1 MANGER **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 5.2 TOIMISTO **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 5.3 KOULUTTAJA **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 5.4 DIVEMASTER **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 5.5 OPAS **Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**

- 5.6 TOURLEADER.....Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.
- 5.7 YLEISET KÄYTÄNNÖN OHJEET .Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.
- 6 MYYNNTI JA MARKKINOINTI**VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
- 7 RETKIEN MYYNNTI..... **VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
 - 7.1 ADD-ON MYYNNTIT (10% KOMISSIO)**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 7.2 VARUSTEIDEN MYYNNTI (10% KOMISSIO)**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 7.3 MYYNNTIKOULUTUS**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 7.4 RAYA DIVERS EDM (ELECTRONIC DIRECT MAIL) JA WEBSHOP**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
- 8 SOSIAALINEN MEDIA JA TRIP ADVISOR**VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
- 9 TYÖTUNNIT, PALKKAUS JA EDUT**VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
 - 9.1 TYÖSKENTELY TUNNIT**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 9.2 PALKKA**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 9.3 EDUT**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 9.4 ASUMINEN**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 9.5 LIIKKUMINEN.....**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 9.6 RIKOLLISUUS**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
- 10 ASIAKASPALVELU JA ASIAKASKOHTAAMINEN**VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
 - 10.1 PALVELUTILANNE**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 10.2 ONNISTUNUT ASIAKASKOHTAAMINEN**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
- 11 HENKILÖKUNNAN MENETTELYTAVAT**VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
 - 11.1 LEHDISTÖ**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 11.2 YHTEISTYÖKUMPPANIT**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 11.3 KILPAILIJAT**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
- 12 MIKSI VALITA RAYA DIVERS?**VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
- 13 ENNEN TULOASI **VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.**
 - 13.1 VIISUMI**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 13.2 VAKUUTUKSET**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 13.3 ROKOTUKSET JA LÄÄKKEET**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
 - 13.4 MITÄ MUKAAN**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**
- LÄHTEET**Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**